

privredni vjesnik



Tržište

Kada je 1953. pokrenut, Privredni vjesnik je bio prvi i jedini gospodarski list u regiji. I dalje najtraženiji i s vodećom pozicijom među novinama za poslovne ljude, Privredni vjesnik danas se susreće s rastućim ponudom poslovnih novina i vrlo turbulentnim tržištem.

List nije moguće kupiti u slobodnoj prodaji, već isključivo pretplatom. Svakog tjedna se dostavlja izravno na adrese čelnih ljudi hrvatskih poduzeća, čime postiže visoku čitanost među onima koji odlučuju u Hrvatskoj i postao je brand-sincronim za poslovne tekovine.

Uprkos povećanju broja novina iste ili slične tematike, svim trendovima pada prodaje tiskanih medija zbog snaženja elektronskih medija i nikad brže razmjene informacija, Privredni vjesnik uspio je zadržati vodeću poziciju na hrvatskom i tržištu regije.

Čitatelji su prepoznali kvalitetu Privrednog vjesnika kojemu je cilj informacija a ne senzacija. S takvim premisama jasno je zbog čega je, usprkos trendovima i dinamici tržišta medija, Privredni vjesnik najčitaniji gospodarski list u Hrvatskoj.

Dostignuća

Kao najstariji, najveći i najutjecajniji nacionalni poslovno-financijski tjednik, Privredni vjesnik

uživa status najvažnijih gospodarskih novina. Postao je pozornica na kojoj svi akteri gospodarstva igraju važnu ulogu. „Glasilo gospodarstva, ali i glas gospodarstvenika“ ujedno je i zrcalo u kojem se ogledavaju gospodarstvenici – kakvi jesu ili žele biti.

Privredni vjesnik je jedini koji punih 12 godina provodi istraživanja konjunkturalne i investicijske klime u Hrvatskoj a upravo su ona relevantna za brojne institucije u zemlji i inozemstvu. Pozicioniran je kao temelj anketnog raspoloženja poduzeća, jer su istraživanja koja provodi Privredni vjesnik o problemima, mogućnostima i očekovanjima prezentirana kao bilo hrvatskih gospodarstvenika.

Privredni vjesnik je bio, jest i bit će i nadalje komunikacijska poluga

velik ugled među gospodarstvenicima. Tokom godina je zadržao reputaciju relevantnog izvora poslovnih informacija i kao takav često je citiran od strane novinara koji prate sektor gospodarstva ne samo u Hrvatskoj, nego i u regiji.

Godina 2006. je bila prekretnica u poslovanju Privrednog vjesnika. Njegovo izlaženje snažno je podržala Hrvatska gospodarska komora, preuzimajući većinski vlasnički udjel u tjedniku kojega je ona i pokrenula davne 1953. Prateći razvoj gospodarstva, ali i tehnologije u industriji informiranja, list se modernizirao.

Još uvijek tradicionalan, no ipak znatno osuvremenjen u izričaju, načinu prenošenja informacija i s novom ekipom mladih, ali iskusnih novinara, Privredni vjesnik je uplovio u brzace suvremenog poslovnog novinarstva.

S dolaskom 2008. list je redizajniran. Manji format nastao je zbog jasnih trendova na tržištu poslovnih novina i svijesti da više od formata kvaliteta novina čine njihovi sadržaji, autori, tekstovi.

Osvremenio se izričaj, a uz podršku internet portala uz tradicionalnu poslovnu publiku osvojio je i nove, mlađe generacije poslovnih ljudi.

Proizvod

Privredni vjesnik se diferencirao sadržajem i ponudom kvalitetnih informacija od sličnih poslovnih izdanja. Novinarima i urednicima je važno donijeti točnu, potpunu i korisnu informaciju sve zahtjevnijim čitateljima.

Kroz svoje stranice Privredni je vjesnik odlučio progovarati o poslu, svim njegovim modifikacijama i specifičnostima, nuditi pune aktualne informacije, analize, savjet više, otvarati prostor za izražavanje mišljenja, stavova, prenositi natječaje i davati prostor za ponudu roba i usluga.

Uz redovita tjedna izdanja Privredni vjesnik posebno je poznat po specijalnim izdanjima i priložima. Dok prilozi izlaze nekoliko puta godišnje i prate aktualna događanja iz jedne grane gospodarstva, specijalna izdanja su godišnjaci koji donose pregled poslovanja pojedinog sektora u prethodnoj godini i od početka izlaženja su



Novi naslovi u PV prodaji!



PV POVEĆALO



gospodarstvu, svjedok njegovih problema, uspjeha, težnji, noviteta, priča o uspjehu, zapravo sve ono što svakom gospodarstveniku olakšava poslovanje i snalaženje u moru zakonskih, provedbenih, izvedbenih, naredbenih i inih propisa.

Povijest

Osnovan početkom pedesetih godina prošlog stoljeća kao glasilo gospodarstva u tadašnjoj Jugoslaviji, Privredni vjesnik već tada je imao rekordnu čitanost i



najrelevantniji izvor podataka o hrvatskom gospodarstvu.

Specijalna izdanja i priloge

„400 najvećih i najuspješnijih hrvatskih tvrtki“ je specijalno izdanje temeljeno na osnovnim podacima godišnjih financijskih izvještaja o poslovnim ostvarenjima u protekloj godini i radi se u suradnji s financijskom agencijom.

Ovo najčitanije specijalno izdanje Privrednog vjesnika donosi podatke o vrijednosti bilance kapitala i rezervi, ukupnim prihodima, dobiti te broju zaposlenih u najvećim hrvatskim poduzećima, a od 2007. i rangiranja vezana uz županije, sektore i djelatnosti. Posebnu težinu mu daju ugledni gospodarstvenici i priznati analitičari koji donose svoj pogled na opće stanje gospodarstva ili pojedinih djelatnosti.

„Financijska industrija“ donosi najnovije rang-liste hrvatskih banaka, fondova, osiguravajućih i

kojima će se poslovati, trendovima u okružju, regiji, EU-u, te o zakonskim i ostalim promjenama.

Za uspjeh pregovora o pristupanju jednako su važni stručnost pregovaračkoga tima i uspješnost reformi, kao i pravodobno informiranje javnosti o svim ključnim segmentima pregovora. Upravo nizom intervjua, razgovora s domaćim i inozemnim sugovornicima, prilog daje sveobuhvatan pregled dosad učinjenog kao i promjena koje se mogu očekivati u pojedinim djelatnostima i granama.

Uz poznata novinarska imena, u razgovorima s voditeljima pojedinih pregovaračkih skupina pojašnjavaju se informacije o tijeku pregovora, njihovim nositeljima, zadacima i obuhvatima

promjena s rokovima prilagodbe zakona pravnoj stečevini EU-a.

„Izvorno hrvatsko i hrvatska kvaliteta“ izlazi svake godine uoči dočjele prestupne Zlatne kune, a rezultat je suradnje Privrednog vjesnika i Centra za kvalitetu HGK-a. U ovom su prilogu predstavljene svi proizvodi i proizvođači koje nose oznaku „Izvorno hrvatsko“ i „Hrvatska kvaliteta“. Znak Hrvatska kvaliteta nose natprosječno kvalitetni proizvodi nastali u Hrvatskoj i priznanje je proizvođaču, a ujedno i jamstvo potrošaču da

je riječ o proizvodu koji zadovoljava najviše zahtjeve kvalitete te predstavlja sam vrh svjetske ponude.

Ovo izdanje od 2009. upotpunjeno je proizvodima i proizvođačima s oznakom košer i halal i tako cjelovito predstavlja hrvatske tvrtke i proizvođače nositelje oznaka i na svjetskim sajmovima, poput onog u Briselu.

Nedavni razvoj

U povodu 55. godina postojanja Privredni vjesnik je pokrenuo još nekoliko projekata namijenjenih poslovnim korisnicima.

„PV Povećalo“ radijska je emisija koja svaki tjedan donosi priče iz gospodarstva i za gospodarstvo. Emitira se već više od dvije godine na napuštanju privatnog radio- postaja s nacionalnom koncesijom, Narodnom radiju, i na desetak lokalnih radio- postaja – članica mreže Media servisa.

Privredni vjesnik je predstavio novi iskorak ka tržištu poslovne knjige – osnovana je biblioteka PV+ u kojoj je izdano više knjiga uglednih hrvatskih znanstvenika s područja gospodarstva i ekonomije.

„PV international“ je tjedno elektronsko izdanje na engleskom jeziku. Čitatelji su strani novinari i poduzetnici koji u svom poslu imaju doticaj s hrvatskim gospodarstvom, kao i strani veleposlanici u Hrvatskoj, te hrvatska diplomatska, trgovačka i druga gospodarska predstavništva u svijetu. Svako izdanje donosi analize industrija i grana, preglede poslovanja, intervjue i reportaže o poznatim ekonomskim i gospodarskim stručnjacima, kao i najvažnije gospodarske vijesti iz regije.

Promocija

Promotivna strategija Privrednog vjesnika bitno je drugačija od uobičajenih promotivnih aktivnosti izdavača. Ipak, cilj je kroz brandiranje proizvoda ojačati njegovu snagu. Specifičnost distribucije lista je uvjetovala oblik i dinamiku promotivne kampanje, pa se Privredni vjesnik predstavlja mahom kroz image oglase i pozive na pretplatu na elektronskim medijima ili u print kampanjama. Ipak, najjači oblik komunikacije ovog poslovnog branda jest PR, on sam i njegovi spin off proizvodi – radijska emisija, česta gostovanja na televiziji u svojstvu stručnjaka za pojedino područje gospodarstva i medijska pokroviteljstva važnijih kongresa nacionalnog, regionalnog ili međunarodnog karaktera.

Vrijednosti robne marke

Privredni vjesnik niz godina uživa status najvećih gospodarskih novina. Suština njegova uspjeha je u objektivnosti i neovisnosti. List je poznat po iznošenju aktualnih događaja na fer, iskren i objektivan način. Čitateljima donosi niz stavova i mišljenja osoba koje su nositelji gospodarstva i društvenog razvoja u Hrvatskoj. Na taj način potvrđuje povjerenje i poštovanje svoje publike.

Kako se tržište razvija samo uz ove kvalitete, Privredni vjesnik može zadržati svoju poziciju najjačnje gospodarske novine.

www.privredni.hr



JESTE LI ZNALI...

Privredni vjesnik

- Prvi broj Privrednog vjesnika izašao je na Praznik rada 1953. godine.
- Godine 2006. s tiskanom i distribuiranom nakladom od 100.000 primjeraka Privredni vjesnik upisao se u povijest kao najjačiji gospodarski list u Hrvatskoj i regiji.
- Novine se tiskaju na ekološkom papiru.
- U povodu 55 godina izlazenja Privredni vjesnik napravio je reizdanje prvoga broja.



leasing kuća prema poslovnim rezultatima za prošlu godinu.

Sveobuhvatni pregled financijske industrije u Hrvatskoj namijenjen je vodećim domaćim i inozemnim gospodarstvenicima i menadžerima. Autori analiza su ugledni financijski stručnjaci, a podaci se prikupljaju izravno od samih financijskih institucija, HANFA-e i HNB-a.

U svakoj od četiriju zasebnih tematskih cjelina kroz ankete u kojima sudjeluju predsjednici uprava, vodeći financijski i privredni analitičari predstavlja se hrvatska financijska industrija.

„Poslovna očekivanja“ je već tradicionalno izdanje Privrednog vjesnika o planovima i predviđanjima o poslovanju u nadolazećoj godini, dopunjeno istraživanjem poslovne klime u hrvatskim tvrtkama. Već godinama hrvatskoj poslovnoj javnosti nude prognozu razvoja hrvatskog gospodarstva zasnovanu na ocjenama njegovih glavnih protagonista, te su stoga svojevrsan barometar poslovne klime u Hrvatskoj. Procjene čelnika tvrtki obuhvaćenih istraživanjem, na koje se odnosi više od polovice prihoda gospodarstva, to zasigurno jesu.

„Hrvatska i Europska unija“, donosi informacije koje su svakom gospodarstveniku nužne za poslovanje, uključujući i informacije o uvjetima u